

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства представляє собою процес здійснення сукупності систематизованих та взаємно узгоджених дій щодо визначення довгострокових цілей та напрямів діяльності підприємства. Це своєрідна форма визначення економічних можливостей та проблем підприємства у досягненні пріоритетних довгострокових цілей, які ґрунтуються на обраній стратегії поведінки та розвитку.

Процес управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства можна представити у вигляді чотирьох взаємопов'язаних блоків:

- 1) визначення основних пріоритетів - постановка цілей підприємства у сфері досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності;
- 2) визначення завдань – аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства;
- 3) розробка стратегії – формування альтернативних пакетів стратегій досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності підприємства;
- 4) реалізація стратегії – вибір оптимального пакету стратегій та розробка стратегічного плану досягнення конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, на основі вищенаведеного можна зробити висновок, що для досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності необхідним є формування та реалізація конкурентної стратегії організації.

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Текст]: навчальний посібник / Мін-во освіти і науки України, Одеський держ. економ. ун-т ; ред. Ю. Г. Козак. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : ЦНЛ, 2006. – 792 с. – ISBN 966-96545-1-3.

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ОРГАНІЗАЦІЇ**

***Сатуновська О.О.***

*Науковий керівник – Кондратенко Н.О., д-р екон. наук, професор*

У теорії розвитку менеджменту на стику різних наукових течій і напрямів, застосовуються різноманітні підходи до проблеми розвитку та формування корпоративної культури.

Метою роботи є визначення напрямів підвищення ефективності управління корпоративною культурою організації.

За цих умов, доцільно узагальнити, три основні положення щодо управління корпоративною культурою організації:

- корпоративна культура є продуктом «природного» розвитку організації: в тому сенсі, що вона виникає стихійно в процесі спілкування і взаємодії між співробітниками і незалежно від їх суб'єктивних бажань це, так звана, еволюційна модель культури організації;

- корпоративна культура є штучним винаходом, що створений людьми, виходячи з їх раціонального вибору цілеспрямована модель культури організації;

- корпоративна культура –це змішана, природно-штучною система, яка об'єднує формально раціональні та спонтанні життєві процеси так звана, модель корпоративної та громадянської культури організації.

Вважається, що створення корпоративної культури починається тоді, коли організація має лідера в особах офіційних керівників. Подальший підбір персоналу враховує важливість їх життєвих цінностей для цінностей домінуючої коаліції. Корпоративна культура може формувати свідомі та несвідомі явища [1].

Слід зазначити, що існують дві проблеми, що супроводжують процес управління корпоративною культурою:

- зовнішня адаптація у вигляді чіткого розуміння, що має бути зроблено і як саме повинно бути зроблено;

- внутрішня інтеграція з сприйняттям того, яким чином співробітники організації вирішують щодня свої проблеми, пов'язані з питаннями роботи і життя в організації.

В той же час, виокремлення лише проблем внутрішньої інтеграції та зовнішньої адаптації, було б надто примітивним ставленням до такого складного, багатогранного явища як корпоративна культура. Ми вважаємо необхідним долучити більше елементів, які складають систему управління корпоративною культурою. Доцільно зазначити, що огляд способів формування бажаної корпоративної культури полягає в тому, щоб сприймати організацію не лише як технічну та економічну, а й як важливу соціальну систему.

Структурно-логічна модель підвищення ефективності системи управління корпоративною культурою ґрунтується на наступних моментах: визначають основні завдання корпоративної культури, що полягають в процесах зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції персоналу; принципи формування корпоративної культури (базові та ціннісні орієнтації); науково-методичні підходи стосовно формування корпоративної культури; методи підтримки, зміцнення та зміни корпоративної культури; діагностика корпоративної культури за обраними методиками; визначення невідповідності між поточним та бажаним типом корпоративної культури; розробка заходів щодо вибору оптима-

льного типу корпоративної культури; комплексна оцінка ефективного забезпечення на основі оцінки елементної та функціональної складових; визначення рівня корпоративної культури з метою її підвищення; здійснення моніторингу заходів щодо підвищення рівня культури організації; через прийняття та реалізацію управлінських рішень, а також контролю за їх виконанням та оцінки результатів відповідно до ухвалених рішень.

Таким чином, можна відзначити, що процеси формування та ефективного забезпечення корпоративної культури повинне мати на меті зміцнення її позитивного впливу на результативність діяльності організації, його конкурентоспроможності, іміджу, гудвілу в процесі практичного впровадження і застосування.

1. Ткачук О. М. Корпоративна культура компанії як складова просторової економіки [Електронний ресурс] / О. М. Ткачук. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. - 2017. - № 1. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2017\\_1\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2017_1_15)

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ**

***Кузьменко О.О.***

*Науковий керівник – Кондратенко Н.О., д-р екон. наук, професор*

Значне місце в теорії інноваційного менеджменту займають концепції, що досліджують формування технологічних систем і способи поширення інновацій. Ці концепції розвиваються поруч учених, серед них можна виділити англійських економістів К.Фримена, Д.Кларка й Л.Суїте. Вони ввели поняття технологічної системи взаємозалежних сімейств технічних і соціальних інновацій. На думку автора, темпи економічного росту залежать від формування, розвитку й старіння технологічних систем. Дифузія, або процес поширення інновацій, розглядається як механізм розвитку технологічної системи. Автори зв'язують темпи дифузії нововведень із ринковим механізмом. Вони відзначають, що дифузія інновацій вимагає відповідних умов і стимулювання. Поштовхом до розвитку економіки служить поява базисних інновацій в окремих галузях виробництва (тут проглядається подібність із концепцією Менша).

Метою роботи є узагальнення теоретичних основ управління інноваційною діяльністю організації.

З поняттям «інновацій» тісно пов'язане поняття «інноваційна діяльність». Це багатогранна, складна економічна категорія. Інноваційна діяльність - це процес спрямований на розробку інновацій, реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших нау-